

ỨNG XỬ VỚI THÔNG TIN CÓ YẾU TỐ SCANDAL TRONG HOẠT ĐỘNG BÁO CHÍ

Đinh Khắc Quỳnh Giang

Khoa Báo chí – Truyền thông, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế

Email: dinhkhacquynhgiang@yahoo.com

Ngày nhận bài: 8/6/2018; ngày hoàn thành phản biện: 11/6/2018; ngày duyệt đăng: 02/10/2019

TÓM TẮT

Mỗi ngày, công chúng tiếp cận với một lượng thông tin khổng lồ liên quan đến tất cả các lĩnh vực trong cuộc sống. Trong số đó, thông tin có yếu tố scandal ngày càng có mật độ xuất hiện cao, thu hút sự quan tâm đặc biệt của dư luận nên cũng rất được các phương tiện truyền thông đại chúng tập trung khai thác. Đánh giá đúng bản chất của scandal và thông tin có yếu tố scandal giúp báo chí vừa đáp ứng kịp thời nhu cầu thông tin của công chúng vừa đảm bảo thực hiện nhiệm vụ chính trị xã hội của mình.

Từ khóa: Dư luận xã hội, thông tin, thông tin có yếu tố scandal.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thông tin mang yếu tố scandal, tức là những thông tin có yếu tố bất thường, gây sốc, gây tò mò có mật độ xuất hiện trên các phương tiện truyền thông đại chúng ngày càng cao do nhiều lý do nhưng trong đó phải kể đến là mục đích câu khách. Trước những vấn đề, sự kiện có yếu tố scandal, nhiều thông tin được thổi phồng theo chủ ý của người truyền tin tạo nên những luồng ý kiến trái chiều, mâu thuẫn kéo dài ảnh hưởng không nhỏ đến tâm lý, tâm trạng xã hội. Một bộ phận của truyền thông vì chạy đua lợi nhuận hoặc ý đồ chính trị đã thổi phồng sự thật, nhấn mạnh một cách không cần thiết vào các yếu tố tiêu cực hoặc cố tình tạo ra scandal trong thông tin để thay đổi bản chất sự kiện, vấn đề.

Hiện tượng này đang xuất hiện ngày một nhiều trong những năm trở lại đây tạo nên một môi trường thông tin có nguy cơ bị ô nhiễm nặng nề khiến cho báo chí dễ phát triển theo hướng lệch lạc và mất dần đi tính chiến đấu của nền báo chí cách mạng. Để uốn nắn hoạt động báo chí đi đúng hướng, tránh sự lệch lạc cần có cái nhìn nghiêm túc, kịp thời để tránh tình trạng chạy theo scandal, khai thác các yếu tố giật gân gây hiểu lầm và làm mất lòng tin của công chúng.

II. NỘI DUNG CHÍNH

1. Khái niệm thông tin và yếu tố scandal trong thông tin

Thông tin là một khái niệm cơ bản của khoa học đồng thời cũng là khái niệm trung tâm của xã hội thời đại. Tuy nhiên, có nhiều cách hiểu về thông tin, mỗi ngành nghề lại có một khái niệm, một cách hiểu riêng về nó.

Theo *Từ điển Tiếng Việt* thì thông tin là “điều mà người ta đánh giá hoặc nói đến, là tri thức, là tin tức,” [8, tr. 705]. Một số từ điển khác thì đơn giản đồng nhất thông tin với kiến thức, hay thông tin là điều mà người ta biết, hay thông tin là sự chuyển giao tri thức nhằm làm tăng thêm sự hiểu biết của con người.

Từ điển Tiếng Việt do Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn Quốc gia biên soạn năm 1992 cho rằng: “thông tin với nghĩa là động từ truyền tin cho nhau để biết: với nghĩa danh từ là điều được truyền đi, tin truyền đi. Thông tin là sự cung cấp thông tin hoặc thông tin. Thông tin là một thông điệp được truyền tải từ nguồn tin đến người nhận là có ý nghĩa nhất định đáp ứng nhu cầu người nhận. [12, tr. 1129]

Tóm lại, Thông tin là một khái niệm rộng được hiểu là sự tổng hợp những tri thức, hiểu biết, khám phá của con người về tự nhiên, xã hội và về chính con người được truyền bá, phổ biến và sử dụng theo mục đích nhất định. Thông tin hình thành qua quá trình giao tiếp, trao đổi trực tiếp giữa người với người, hoặc thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, từ các ngân hàng dữ liệu hay từ các hiện tượng quan sát được trong môi trường xung quanh.

Thông tin có mặt khắp nơi trong xã hội, đó là những thông tin về lao động, đất đai, tài nguyên môi trường; thông tin về các tổ chức và các hoạt động kinh tế, xã hội; thông tin về khoa học công nghệ; thông tin về sản xuất kinh doanh... Thông tin chỉ có giá trị và ý nghĩa khi nó được truyền đi, phổ biến và sử dụng. Có thể nói, bản chất của thông tin nằm trong sự giao lưu của nó, hay nói cách khác, thuộc tính cơ bản của thông tin là giao lưu.

Trong hoạt động báo chí, thông tin là công cụ chủ yếu để nhà báo thực hiện mục đích của mình. Thông tin chính là cầu nối giữa báo chí và công chúng. Nó là công cụ làm việc của nhà báo mà nhờ nó những câu chuyện chân thật và thời sự được biết đến.

+ Yếu tố scandal trong thông tin:

Scandal theo *Từ điển Oxford Advanced Learner's Dictionary* (A. P. Cowie chủ biên, 1992) có nghĩa là: hành động, cách ứng xử, thái độ đáng xấu hổ xúc phạm đến công chúng, gây phẫn nộ, gây sốc khiến dư luận đàm tiếu; là sự phỉ báng, thóa mạ (thuật ngữ luật): gương xấu, điều gây tai tiếng, điều đáng xấu hổ [1, tr.806,807].

Trong Tiếng Việt, “scandal” không có từ tương đương và được sử dụng ở thể

phiên âm nhưng khi nói đến “scandal” người ta nghĩ đến một vụ tai tiếng của những cá nhân, tổ chức có tầm ảnh hưởng lớn trong xã hội.

Thuật ngữ scandal được dùng nhiều trong đời sống xã hội, trên các phương tiện truyền thông đại chúng và trong một số ngành khoa học như chính trị học, xã hội học, tâm lý học xã hội... nhưng đến nay vẫn chưa có tài liệu, công trình nghiên cứu nào đưa ra khái niệm hay định nghĩa chính xác về scandal.

Hiện chưa có một định nghĩa thống nhất và chính xác về scandal, nhưng từ các nghiên cứu có đề cập đến scandal đều có điểm chung, đó là một vụ việc có tính chất bất thường, theo chiều hướng tiêu cực (gây tai tiếng) và luôn chứa đựng yếu tố tầm thường. Nó khác với các vụ việc sai sót, phạm pháp, hoặc các vụ án, xảy ra do mâu thuẫn, sai trái hoặc vi phạm khác và cũng bất thường, tiêu cực nhưng mang yếu tố quan trọng, hệ trọng chứ không tầm thường.

Scandal liên quan đến mọi vấn đề trong xã hội, từ những vấn đề lợi ích chung mang tầm quốc gia, đến những vấn đề thẩm mỹ, đạo đức của từng cá nhân. Scandal bùng phát không chỉ ảnh hưởng đến một lĩnh vực, mà nó còn có thể lan rộng ra nhiều lĩnh vực khác gây ra những tổn thất cả về vật chất lẫn tinh thần. Ví dụ, scandal về chính trị không chỉ bó gọn trong lĩnh vực chính trị, mà còn có thể ảnh hưởng đến kinh tế, xã hội, ngoại giao... Thứ hai, khi scandal xảy ra, những sai phạm về mặt đạo đức, kinh tế, pháp luật bị phơi bày ra ánh sáng; công chúng mất niềm tin đối với cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp đó, khó tạo dựng lại được hình ảnh sau khi sự cố được khắc phục. Thứ ba khi scandal xảy ra, dư luận phản ứng gay gắt về vấn đề đó, nếu không giải quyết triệt để có thể tạo ra những hệ lụy trong nhận thức, thái độ và hành vi của công chúng.

Tuy nhiên, nếu một scandal được giải quyết ổn thỏa cũng có thể đem lại một số lợi ích nhất định đó là: những cá nhân, tổ chức vi phạm bị buộc phải chịu trách nhiệm đối với việc làm của mình và báo chí có cơ hội để gia tăng doanh số. Chính vì vậy, một số tờ báo coi scandal như một cơ hội và lợi dụng những thông tin mang yếu tố scandal để thu hút người đọc, người xem.

Những thông tin mang yếu tố scandal tức là những thông tin có yếu tố bất thường, gây sốc, gây tò mò, gây xôn xao và thường được sự chú ý đặc biệt của dư luận. Ở một mức độ nào đó, thông tin mang yếu tố scandal có một sức hấp dẫn nhất định, nên không thể tránh khỏi trường hợp một số tờ báo khai thác dạng thông tin này quá mức cần thiết gây ra những nhận thức thiếu chính xác, thậm chí tác dụng ngược.

Như vậy, theo cách hiểu thông thường, thông tin có yếu tố scandal là những thông tin về các vụ việc bất thường, gây sốc, gây tò mò và phẫn nộ trong dư luận. Ví dụ như thông tin về các dự án lớn, công trình trọng điểm có chất lượng tỷ lệ nghịch với số vốn đầu tư, các vụ thất thoát vô lý lên đến hàng ngàn tỷ đồng, các tượng đài ngàn tỷ

Ứng xử với thông tin có yếu tố scandal trong hoạt động báo chí

ở những tình nghèo... cho đến những việc cá nhân như đời sống tình cảm thiếu lành mạnh của các ngôi sao giải trí, lối sống bê bối của các cán bộ quan chức nhà nước...

2. Phân loại scandal trong thông tin báo chí

Yếu tố scandal trong thông tin thường có hai dạng chính. Dạng thứ nhất là bản thân cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp đã chứa đựng sẵn những mâu thuẫn, sai trái hay những vi phạm bên trong, gặp cơ hội thì bùng phát ra thành sự cố, thành scandal. Những mâu thuẫn, sai phạm này thường có yếu tố bất thường theo chiều hướng ngớ ngẩn, vô lý, kém thuyết phục. Ví dụ điển hình là vụ “con ruồi trị giá nửa tỷ” trong chai nước ngọt Number One gây ra kiện tụng giữa công ty Tân Hiệp Phát và khách hàng dẫn đến tù tội và tai tiếng. Hay vụ việc Sở Xây dựng Hà Nội thực hiện dự án thay thế 6700 cây xanh trên gần 200 tuyến phố của thủ đô khiến dư luận bất bình. Vụ việc này trở thành một chuỗi scandal khi báo chí liên tiếp đưa ra những tồn tại đầy mâu thuẫn trong bản chất sự việc và hành xử của những người trong cuộc. Yếu tố bất thường mang tính scandal thể hiện ở chi tiết các cây trồng mới vẫn còn nguyên lớp ny lông bọc bầu rế, vô tình lộ ra khi bị bão đánh bật gốc, hay chi tiết cây trồng mới toàn bộ là cây gỗ mỡ chứ không phải là vàng tâm như công bố của Sở Xây dựng. Cao trào của vụ việc là một số cán bộ chịu trách nhiệm bị buộc phải thôi việc và thay đổi dự án để xoa dịu dư luận.

Dạng scandal thứ hai là bản thân cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp muốn được nhiều người chú ý, qua đó có thể gây dựng danh tiếng hoặc thu về được lợi ích kinh tế nên đã tự ý tạo ra các scandal để thu hút sự chú ý của truyền thông. Dạng scandal này đang xuất hiện ngày càng nhiều, chỉ tồn tại một thời gian ngắn và nhanh chóng bị lãng quên. Trong khi đó, những scandal ở dạng thứ nhất ít xuất hiện hơn nhưng một khi xảy ra thì luôn kéo theo hậu quả nặng nề.

Ví dụ minh họa cho dạng scandal này là một số nhân vật trong giới giải trí để hâm nóng tên tuổi hoặc để dọn đường cho các sản phẩm giải trí sắp ra mắt gây được sự chú ý của truyền thông và công chúng. Họ thường cố tình tạo ra scandal bằng các phát ngôn gây sốc, hoặc dàn dựng một câu chuyện bất thường với những yếu tố giật gân. Các gameshow hay chương trình truyền hình thực tế thường sử dụng dạng scandalg loại này, để gây sự chú ý của khán giả nhằm tăng lượng rating cho chương trình. Đối với dạng scandal này đôi khi truyền thông bị “mắc lừa” là dạng scandal thứ nhất nên đưa tin, định hướng dư luận phê phán, nhưng cũng không hiếm trường hợp báo chí tham gia như một đối tác để tạo ra dư luận theo ý đồ có sẵn.

Một dạng biến thể của dạng scandal thứ hai mới xuất hiện nhưng có xu hướng ngày càng phổ biến đó là một số cá nhân, tổ chức, hay thậm chí cả các phương tiện truyền thông đại chúng nhận thấy một tên tuổi nào đó đang “nóng”, được sự quan tâm chú ý đặc biệt của dư luận thì cố tình tạo những “lùm xùm” xung quanh tên tuổi đó rồi gắn thêm tên tuổi của mình vào hoặc tổ chức đưa tin, điều tra và cố tình tạo nên

dư luận giả. Điển hình cho trường hợp này là vụ việc nhiều tờ báo trong đó có cả chương trình *Chuyển động 24h* của VTV đã vào cuộc điều tra, mổ xẻ một vấn đề không hề mang bản chất scandal là tuổi thật của cầu thủ Công Phượng vào năm 2015, khi tên tuổi của cầu thủ này đang được công chúng yêu mến.

Yếu tố scandal trong thông tin báo chí xuất hiện trên hầu khắp các lĩnh vực thông tin khác nhau của đời sống xã hội như lĩnh vực chính trị xã hội, kinh tế, y tế giáo dục, văn hóa giải trí, thể thao..

3. Ảnh hưởng của thông tin mang yếu tố scandal đối với hoạt động báo chí và thái độ ứng xử cần có của báo chí với loại thông tin này

Trong hoạt động báo chí, chất lượng thông tin luôn là tiêu chí được cả nhà báo và công chúng đặt lên hàng đầu. Thực hiện chức năng thông tin, báo chí cung cấp cho công chúng thông tin về tất cả những vấn đề sự kiện của đời sống xã hội, đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, khám phá thế giới tự nhiên và xã hội của họ. Thông tin mang yếu tố scandal xuất phát từ những sự việc và vấn đề xác thực trong đời sống xã hội, liên quan mật thiết đến đời sống và lợi ích của các nhóm lớn xã hội hay của cộng đồng.

Nếu ở dạng thứ nhất, tức là scandal do mâu thuẫn, bất thường bên trong của bản thân cá nhân, tổ chức thì những thông tin liên quan đến nó khi được lan truyền sẽ tạo ra những động lực xã hội: công chúng lên án, phản ứng bất buộc cá nhân, tổ chức đó phải có câu trả lời, giải pháp thỏa đáng để khắc phục, khôi phục niềm tin của xã hội và công chúng. Trong trường hợp này, khi công khai những thông tin mang yếu tố scandal ra công luận là báo chí đóng vai trò chống tiêu cực xã hội và dư luận xã hội phát huy được sức mạnh, đấu tranh cho một xã hội tiến bộ, lành mạnh. Nhưng ở dạng thứ hai, khi cá nhân, tổ chức cố tình tạo ra scandal để dẫn dắt truyền thông và thu hút sự chú ý của dư luận thì trong một khía cạnh nào đó, công chúng lại chính là người bị lợi dụng. Bản chất của dư luận xã hội thường có sự mù quáng của yếu tố cảm xúc, nên trong trường hợp này, công chúng có thể bị lợi dụng, bị định hướng nhằm tạo nên một sự ủng hộ hay tẩy chay một cá nhân, tổ chức, dự án,... và truyền thông vô tình hay cố ý lại là người tiếp tay.

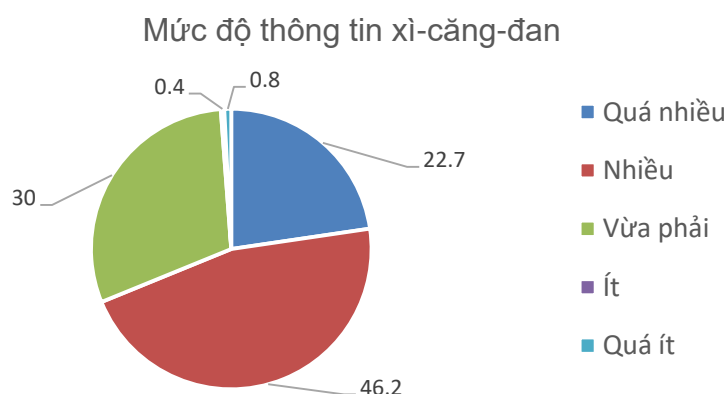
Dù ở dạng nào thì thông tin mang yếu tố scandal cũng có khả năng thu hút đặc biệt sự chú ý của dư luận, vì vậy truyền thông mà đặc biệt là truyền thông xã hội coi scandal là một cơ hội kiếm lợi. Sự bùng phát của dạng thông tin này ngày nay trên các phương tiện truyền thông đại chúng đang tạo nên một sự bội thực, góp phần tạo ra một thể hệ công chúng cả tin, dễ dãi xem scandal như một món giải trí, đánh mất sự nhạy bén, óc phán đoán, phản biện và từ đó mất dần tính tích cực chính trị.

Tuy vậy, thông tin mang yếu tố scandal ở một khía cạnh nào đó cũng có mặt tích cực. Nó như một thứ gia vị làm cho đời sống báo chí thêm phong phú, hấp dẫn thu hút người đọc, người xem, giúp cơ quan báo chí tăng doanh thu. Thông tin về các

Ứng xử với thông tin có yếu tố scandal trong hoạt động báo chí

vụ bê bối được công khai cũng là một hình thức chống tiêu cực xã hội của báo chí, góp phần đưa ra công luận những vụ việc sai trái từ đó dư luận xã hội có thể phát huy sức mạnh, góp phần điều chỉnh các sai lệch, thúc đẩy xã hội phát triển công bằng và trong sạch hơn.

Đánh giá mức độ tần suất các tin tức có nội dung giật gân mang tính chất scandal hiện nay, công chúng cho rằng thông tin có yếu tố scandal đang xuất hiện khá nhiều, với mức đánh giá quá nhiều (22.7%), đánh giá nhiều (46.2%).



Biểu đồ: Đánh giá mức độ xuất hiện của thông tin mang yếu tố scandal trên báo chí hiện nay của công chúng

Nếu thông tin mang yếu tố scandal xuất hiện với mật độ quá dày trên các phương tiện truyền thông đại chúng mà không có sự điều tiết hợp lý sẽ ảnh hưởng đến niềm tin và cách nhìn nhận của công chúng đối hệ thống báo chí và cả xã hội.

Đầu tiên, nó có thể gây hiểu lầm và làm mất niềm tin của công chúng đối với báo chí. Có những vụ việc đúng sự thật nhưng cũng có những thông tin cố tình bị bóp méo, thổi phồng, lạm dụng. Khi công chúng tiếp nhận quá nhiều thông tin mang yếu tố scandal thì sẽ gây ra tâm lý hoang mang, hoài nghi thậm chí là thái độ tiêu cực, bi quan về đời sống xã hội. Thông tin tràn lan, công chúng không phân biệt được thật giả, đúng sai và nếu báo chí không đưa ra được nguồn tin chân thật, khách quan đúng bản chất sự việc, kịp thời điều tiết và định hướng dư luận thì dần dần công chúng sẽ không còn niềm tin vào báo chí.

Thứ hai, quá nhiều thông tin mang yếu tố scandal sẽ làm môi trường thông tin báo chí bị ô nhiễm. Những thông tin tiêu cực, các vụ bê bối thường hấp dẫn người đọc, nhưng nếu báo chí vì muốn tăng doanh thu mà tập trung quá nhiều vào dạng thông tin này thì môi trường báo chí sẽ dần trở nên dễ dãi, mất dần tính chiến đấu và công chúng cũng sẽ ngày càng lơ là, thờ ơ với những thông tin hữu ích gắn với đời sống chính trị, xã hội. Dần dần những bài báo mang tính chính luận, phản biện xã hội sẽ không có động lực để xuất hiện, báo chí dễ bị ngã theo hướng khai thác những thông

tin giật gân, câu khách theo thị hiếu của số đông. Từ đó, báo chí hoạt động lơ lửng, chệch hướng, đánh mất nhiệm vụ là công cụ trên mặt trận tư tưởng của Đảng và nhà nước, là phương tiện điều tiết, điều hòa dư luận xã hội.

III. KẾT LUẬN

Thông tin mang yếu tố scandal là một hiện tượng tồn tại khách quan trong đời sống báo chí hằng ngày. Những thông tin tiêu cực, bê bối trong đủ mọi lĩnh vực xã hội tràn lan trên báo chí sẽ làm môi trường thông tin bị ô nhiễm, nền báo chí sẽ dần đi vào xu hướng “lá cải hóa”, báo chí mất dần tính chiến đấu, dễ dẫn đến hệ lụy là công chúng ngày càng ít quan tâm đến các vấn đề quan trọng hay những thông tin có ích và ảnh hưởng lớn đến đời sống chính trị xã hội của đất nước.

Tuy vậy, cần phải thừa nhận thông tin mang yếu tố scandal cũng có những ảnh hưởng tích cực đối với báo chí. Thông tin về các vụ scandal luôn có sự hấp dẫn nhất định, thu hút sự chú ý của công chúng hơn là những thông tin thông thường. Khi khai thác cần đề cao cảnh giác với thông tin có yếu tố scandal ở dạng thứ hai là những câu chuyện giật gân được cá nhân và tổ chức dựng nên để lôi kéo sự chú ý của truyền thông và dư luận nhằm thu lợi theo ý đồ đã vạch sẵn. Ngược lại, đối thông tin scandal ở dạng thứ nhất, tức là những câu chuyện chứa đựng sẵn mâu thuẫn, khuất tất và bất thường thì báo chí cần kịp thời vào cuộc, phân tích, đánh giá, cung cấp đầy đủ thông tin cho công chúng để tránh tình trạng tranh cãi kéo dài làm tổn hại đến danh dự, quyền lợi của các tổ chức, cá nhân và gây ra những hậu quả không đáng có trong xã hội. Đồng thời, cần minh bạch hóa thông tin, cung cấp đầy đủ thông tin trên mọi lĩnh vực cho người dân để tránh tình trạng tin đồn thất thiệt, đặc biệt là trong lĩnh vực chính trị.

Để làm được điều này đòi hỏi báo chí phải hết sức tỉnh táo, có bản lĩnh vững vàng để không bị lợi dụng. Khai thác thông tin mang yếu tố scandal đủ và đúng bằng việc công khai, minh bạch các vụ bê bối, gây bức xúc, báo chí sẽ tận dụng được sức mạnh của dư luận xã hội để cùng tham gia giải quyết những vấn đề lớn của đất nước, phát huy vai trò giám sát xã hội, khẳng định sứ mệnh của báo chí là góp phần làm cho xã hội công bằng và trong sạch hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. A P Cowie chủ biên, (1992), *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press, Oxford.
- [2]. Đỗ Quý Doãn (2014). *Quản lý và Phát triển Thông tin báo chí ở Việt Nam*, Nxb Thông tin & Truyền thông, Hà Nội.
- [3]. Lương Khắc Hiếu (chủ biên) (1999). *Dư luận xã hội trong sự nghiệp đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [4]. Vũ Đình Hòe (chủ biên) (2000). *Truyền thông đại chúng trong công tác lãnh đạo, quản lý*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5]. Đỗ Chí Nghĩa (2012), *Vai trò của báo chí trong định hướng dư luận xã hội*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [6]. Phan Văn Kiên (2015), *Phản biện xã hội của báo chí Việt Nam qua một số sự kiện nổi bật*, Nxb Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [7]. Phan Văn Kiên, Phan Quốc Hải, Phạm Chiến Thắng, Nguyễn Đình Hậu (2016). *Một số xu hướng mới của báo chí truyền thông hiện đại*, Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
- [8]. Hoàng Phê (chủ biên) (2000). *Từ điển Tiếng Việt*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [9]. Trần Hữu Quang (2001), *Chân dung công chúng truyền thông* (qua khảo sát xã hội học tại Thành phố Hồ Chí Minh), Nxb Thành phố Hồ Chí Minh, *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, Trung tâm Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương (VAPEC), Thành phố Hồ Chí Minh.
- [10]. Trần Hữu Quang (2006), *Xã hội học báo chí*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.
- [11]. Đỗ Đình Tấn (2014), *Một nền báo chí phẳng*, Nxb Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.s
- [12]. Từ điển Tiếng Việt (1992). Trung tâm Khoa học Xã hội và Nhân văn Quốc gia, Hà Nội

BEHAVIOR TOWARDS SCANDALOUS INFORMATION OF JOURNALISM

Dinh Khắc Quỳnh Giang

Faculty of Journalism and Communication, University of Sciences, Hue University

Email: dinhkhacquynhgiang@yahoo.com

ABSTRACT

Everyday, people are inundated with a huge amount of information relating to all aspects of their lives. Among these various news topics, the scandal factor is increasing in density, attracting the attention of public, so it is widely exploited by the media. Evaluating the true nature of these scandals helps the press to meet the public's information needs and ensure the fulfillment of its social and political obligations.

Keywords: information, public opinion, scandalous information.



Dinh Khắc Quỳnh Giang sinh ngày 01/8/1979 tại thành phố Huế. Năm 2001, bà tốt nghiệp cử nhân ngành báo chí tại Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, ĐHQG TP.HCM. Năm 2007, bà tốt nghiệp thạc sĩ chuyên ngành Báo chí tại Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, ĐHQG Hà Nội. Từ năm 2007 đến nay, bà giảng dạy tại trường Đại học Khoa học, Đại học Huế.

Lĩnh vực nghiên cứu: báo chí, truyền thông.

